



ISSN: 2038-3282

**Publicato il: luglio 2023**

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da [www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)  
Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

## **Developing Critical Thinking skills through the creative use of memes: an experience in a University course**

### **Sviluppare le abilità di Critical Thinking attraverso l'uso creativo dei meme: una esperienza in un corso Universitario**

*di*

Corrado Petrucco  
[corrado.petrucco@unipd.it](mailto:corrado.petrucco@unipd.it)  
Università di Padova

#### **Abstract:**

Memes have become one of the most insidious tools for spreading online misinformation. Their power stems from their ability to create strong emotions using images accompanied by ironic or humorous jokes on a particular topic. Very often, they are based on stereotypes or cultural, social, or political biases that can hinder critical evaluation of content and credibility of the source. This article presents the results of an innovative laboratory model that uses memes as a teaching and educational tool. In particular, the research focused on exploring the potential of memes themselves as a tool for developing critical thinking and Information/Media Literacy skills among university students in a Second-level degree program in Educational Sciences. To support this educational process, a specific rubric for meme analysis was developed, which includes multiple dimensions that students effectively used during the laboratory. This activity helped them deconstruct and construct memes consciously and critically, highlighting persuasive strategies and various dimensions on which their effectiveness in visual/textual communication is based. At the end of the laboratory experience, a questionnaire was proposed to highlight their perceptions of the effectiveness of this approach: the responses were

very positive, both specifically regarding the development of critical thinking and the use of memes in educational contexts in general.

**Keywords:** Meme, critical thinking, Information Literacy, Media Literacy, university students.

**Abstract:**

I meme sono diventati uno degli strumenti più insidiosi per diffondere disinformazione online. Il loro potere deriva dalla capacità di creare forti emozioni con immagini accompagnate da battute ironiche o umoristiche su un particolare argomento. Spesso sono basati su stereotipi o pregiudizi culturali, sociali o politici che possono ostacolare la valutazione critica dei contenuti e la credibilità della fonte. Questo articolo presenta i risultati di un innovativo modello laboratoriale che utilizza i meme come strumento didattico ed educativo. In particolare la ricerca si è concentrata sull'esplorazione del potenziale dei meme stessi come strumento per sviluppare le capacità di pensiero critico e di Information/Media Literacy degli studenti universitari di un corso di laurea Magistrale. Per supportare questo processo educativo è stata sviluppata una rubrica specifica per l'analisi dei meme, che comprende molteplici dimensioni che gli studenti hanno efficacemente utilizzato durante il laboratorio. Questa attività li ha aiutati a de-costruire e costruire i meme in modo consapevole e critico, evidenziando le strategie di persuasione e le varie dimensioni su cui si basa la loro efficacia nella comunicazione visivo/testuale. Alla fine dell'esperienza laboratoriale è stato proposto un questionario per evidenziare le loro percezioni sull'efficacia di questo approccio: le risposte sono state molto positive sia per quanto riguarda in modo specifico lo sviluppo del critical thinking che sull'utilizzo dei meme nei contesti didattici in generale.

**Parole Chiave:** Meme, critical thinking, Information Literacy, Media Literacy, studenti universitari

**1. Introduzione: Information Literacy, metacognizione e pensiero critico**

Oggi una delle competenze più importanti richieste nei contesti professionali, di studio e nella vita quotidiana è senza dubbio quella relativa alle competenze digitali. Il Digital Competence Framework for Citizens, noto anche come DigComp (arrivato oggi alla versione 2.2) e sviluppato dalla Commissione Europea (Vuorikari et al, 2022), è un buon tentativo di sviluppare una articolata tassonomia che identifica le sei dimensioni che la compongono: l'information literacy, la comunicazione e la collaborazione, la creazione di contenuti digitali, la sicurezza e risoluzione dei problemi. Non è un caso che la prima ad essere citata sia proprio l'information literacy: questa infatti a sua volta comprende un'ampia gamma di importanti abilità, come quelle necessarie per gestire in modo efficace la ricerca online, la valutazione delle informazioni, l'affidabilità delle fonti la loro corretta citazione e la loro diffusione in modo efficace e responsabile.

Ipotizzare che gli studenti in quanto “nativi digitali” abbiano già alcune o tutte queste competenze è quantomeno azzardato: spesso infatti gli studenti pur non avendo problemi nell'utilizzo degli strumenti dal punto di vista tecnico non riescono a raggiungere adeguati livelli di padronanza nella valutazione della qualità dell'informazione e delle fonti. Queste abilità di riflessione metacognitiva sono le più importanti da raggiungere soprattutto perché consentono agli studenti di riflettere sul loro processo di ricerca attraverso la metacognizione e di attivare forme di pensiero critico. La relazione tra i due costrutti è quindi molto forte.

La *metacognizione*, pur essendo un termine che oggi racchiude in sé più significati, può essere definita sostanzialmente come la conoscenza e la consapevole regolazione dei propri processi cognitivi e affettivi (Maccario, 1999) (Papaleontiou-Louca, 2008). Va detto che la regolazione di questi processi non è determinata esclusivamente da fattori interni, ma è anche influenzata da molti altri fattori contestuali esterni quali ad esempio motivazioni (Zimmerman, 2008), emozioni, credenze e norme sociali e culturali (Efklides et al., 2018) (Acosta-Gonzaga & Ramirez-Arellano, 2021) e ciò si verifica anche nei processi di apprendimento attivo che implicano la ricerca e la selezione di informazioni (Zhou & Lam, 2019). La metacognizione è quindi essenziale per il pensiero critico perché consente alle persone di monitorare i propri processi di pensiero e l'insorgenza di eventuali errori o pregiudizi.

Il *critical thinking* è invece definito soprattutto come la abilità di pensare in modo chiaro e razionale su cosa fare o cosa credere (Ennis, 2018). Particolarmente interessante per il nostro approccio di ricerca è la sua concezione dialogica in un contesto didattico (Kuhn, 2019): la ricerca ha infatti dimostrato che il dialogo diretto tra pari è un modo efficace per esercitare e migliorare l'apprendimento e le abilità di pensiero critico (Teo, 2019). In altre parole, il pensiero critico, rispetto a quando viene esercitato dal singolo, migliora quando viene supportato da attività mirate del docente che mirano a svilupparlo come processo sociale e collaborativo (Saputra et al., 2019) (Lin et al., 2019).

## **2. Information Literacy e Media Literacy**

L'Information Literacy stessa può quindi essere vista come una applicazione concreta della metacognizione e del pensiero critico alle modalità con cui oggi ci si dovrebbe approcciare alla valutazione delle informazioni veicolate dai molteplici flussi online a cui siamo costantemente connessi (Paul & Elder, 2005) (Reed & Stavreva, 2006). L'utilizzo dello Smartphone con le sue affordance che gli permettono di operare come videocamera e macchina fotografica, e la contemporanea diffusione dei social network hanno portato però ad una crescente prevalenza di informazioni di tipo visivo rispetto a quelle testuali. Ciò richiede una maggiore attenzione alla abilità di decodificare e interpretare i messaggi visivi, sviluppando una adeguata Media Literacy che considera i contenuti e le modalità con cui sono veicolati attraverso i vari formati multimediali (immagini, audio, video) e utilizza il *critical thinking* e la metacognizione per stimolarne modalità di "lettura" adeguate (Lau & Grizzle, 2020). Recentemente l'UNESCO (2011) ha proposto di fondere assieme in un unico costrutto, la Media Literacy e l'Information Literacy (Carlsson, 2019). La Media Information Literacy (MIL) quindi si adatta bene come base su cui costruire azioni educative sia nei contesti dei media tradizionali che a quelli più recenti e molto più pervasivi come i Social Network dove l'impatto cognitivo ed emotivo delle immagini viene spesso utilizzato per la diffusione di contenuti falsi o fuorvianti (European Commission, 2023).

## **3. Il ruolo dei meme nella diffusione fake-news e nella persuasione occulta**

I contenuti sui social vengono quasi sempre condivisi senza un preventivo controllo delle fonti e sulla loro reputazione e in molti casi raggiungono per diffusione tanti lettori quanto i media consolidati (Allcott & Gentzkow, 2017). È stato anche osservato che più le fake news hanno un tono provocatorio, fortemente emozionale e riportano opinioni personali, più si diffondono velocemente di molte altre news reali (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). L'aggancio emozionale è sfruttato per catturare l'attenzione e veicolare ad esempio bias sociali, culturali o politici. Se i Social Network sono

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15320

diventati il canale principale per la diffusione di fake news, i meme ne sono uno degli strumenti più insidiosi ed efficaci diffondere disinformazione (De Cock Buning, 2018). Infatti le fake news tradizionali sono composte da una parte testuale rilevante rispetto allo spazio dato alle immagini, proprio per questo possono essere più facilmente smascherate e smentite attraverso un adeguato fact-checking. I meme d'altro canto, nel loro formato più frequente sono invece composti solo da una immagine con un breve testo sovrapposto che comunica in modo immediato divertente uno specifico contenuto: infatti uno dei motivi per cui i meme sono così efficaci nel diffondere bias è che spesso la loro potenza persuasiva si basa sull'umorismo, la satira o l'ironia per trasmettere il messaggio (vedi esempio in fig. 1) in particolare quando si ha a che fare con movimenti di protesta e comunità di attivisti pro e contro un argomento particolarmente "caldo" (Johann, Höhnle & Dombrowski, 2023). Da un punto di vista semiotico, i meme sono una combinazione di brevi testi e di immagini che riescono attraverso la comicità o l'ironia a creare una associazione emozionale positiva (o negativa) con il messaggio stesso rendendolo facilmente memorizzabile ed "accettabile" (Hecker, 2020) e quindi potenzialmente molto persuasivo (Skurka, Niederdeppe & Nabi, 2019).



fig. 1. un esempio di meme fortemente persuasivo, che fa leva sul piano emozionale e su differenti contesti culturali.

Da un punto di vista fisiologico, quando il cervello riceve delle informazioni visive, queste vengono elaborate attraverso una serie di aree cerebrali specializzate (Mishkin, Ungerleider & Macko, 1983). Se l'immagine che viene percepita scatena un'emozione, l'interpretazione del messaggio viene immediatamente gestita dalla componente del nostro cervello che si occupa di gestire le emozioni, spesso a scapito delle componenti logico-razionali (Pham, 2007). Livelli elevati di coinvolgimento emotivo diminuiscono ad esempio la abilità operativa della nostra memoria di lavoro (Osaka, Minamoto & Osaka, 2013). Per cui è possibile che un meme che suscita forti emozioni (positive o negative) possa influenzare notevolmente l'opinione su un determinato argomento, anche se ragionando "a freddo" sul tema, si potrebbero avere opinioni molto diverse (Hakoköngäs, Halmesvaara & Sakki, 2020).

Oltre a quella di riuscire a scatenare una reazione emotiva, le tecniche persuasive che i meme possono utilizzare sono molte e includono ad esempio anche la presentazione di informazioni che



confermano le proprie convinzioni o bias (Sparkes-Vian, 2019) oppure che permettano di provare una certa familiarità con l'argomento presentato (Pennycook & Rand, 2019). Ovviamente non tutti i meme sono in grado di convincere gli indecisi o addirittura cambiare le opinioni delle persone, anzi. A volte ottengono un effetto neutro o addirittura contrario proprio perché la predisposizione ad accettare l'interpretazione che il creatore del meme ha inteso trasmettere può essere molto influenzata dall'appartenenza ad uno specifico gruppo sociale e dalle credenze pre-esistenti della persona che li guarda (Corner et al., 2012). Un esempio è rappresentato dal meme in fig.2: l'interpretazione dello stesso sarà molto diversa se chi lo vede è appartenente ad una o all'altra Università. Da un punto di vista semiotico/culturale, per comprendere il correttamente il meme e l'ironia sottesa bisogna sapere che l'Università di Trento è di molto più recente fondazione rispetto a quella di Padova ed è collocata geograficamente in un contesto montano.



fig. 2. Due dei molti meme con cui gli studenti delle Università di Padova e di Trento cercavano di persuadere gli altri sulla qualità delle rispettive università (2018).

I meme quindi se da un lato possono essere utilizzati come strumento per rafforzare in modo divertente una identità di gruppo (come nell'esempio dei meme "universitari"), dall'altro possono anche ribadire stereotipi o pregiudizi attraverso immagini o testi particolarmente offensivi (Yoon, 2016). Per limitare il rischio che i meme diventino perciò uno strumento potente per la persuasione e per la promozione dei *bias* sociali, culturali o politici, è importante che gli utenti dei social media riescano a valutare in modo critico i meme e i contenuti che veicolano. Ciò significa che dovrebbero verificare i contenuti stessi prima dei meme prima di condividerli, essere a conoscenza della qualità delle fonti di informazione da cui provengono e mettere in discussione la credibilità e le motivazioni di chi le diffonde. Ma per operare in questo modo devono possedere le competenze adeguate per operare questo importante processo di decodifica.

#### 4. La ricerca esplorativa

Scopo di questo articolo è quello di presentare un approccio sperimentale esplorativo utilizzato per verificare la possibile efficacia dei meme nella didattica universitaria ed in particolare nello sviluppare le abilità di pensiero critico degli studenti. Le domande di ricerca sono state quindi:

- 1) Qual è la percezione degli studenti sull'utilizzo dei meme nella didattica?
- 2) Qual è la percezione degli studenti sull'utilizzo specifico dei meme per stimolare il Critical Thinking?

Nella sperimentazione sono stati coinvolti 43 studenti (F=34, M=9) con un'età media di 24 anni di una Laurea Magistrale in Scienze dell'Educazione. Le attività sono state realizzate in tre fasi, sia in presenza che online in un Forum dedicato, durante un periodo di due mesi. Per la ricerca esplorativa si è adottato un approccio "mixed-method" utilizzando l'analisi qualitativa delle interazioni in classe e nel Forum online dedicato e quantitativa attraverso un questionario ad hoc. Il questionario era composto da 10 domande: 8 a risposta chiusa e 2 a risposta aperta. È stata utilizzata una scala Likert a 5 punti da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo). Il questionario è stato somministrato online utilizzando il servizio di Google Moduli. Le domande hanno esplorato la percezione degli studenti su tre dimensioni importanti, utili per cercare di rispondere alle domande di ricerca e che vertevano sui temi:

1. del pensiero critico
2. del possibile utilizzo dei meme nella didattica
3. delle competenze acquisite durante il laboratorio analizzando e creando i meme

Le due domande a risposta aperta hanno permesso ai partecipanti di approfondire il perché i meme possano essere un utile strumento didattico e perché il loro gradimento sia alto. Le elaborazioni statistiche descrittive sono state effettuate con il software Jamovi v. 2.3.22 e quelle di analisi del testo nel Forum online con il software Voyant Tools 2.2.

Le fasi della sperimentazione

Prima fase – *Teoria: laboratorio di metodi e tecniche per l'Information Literacy*

Nella prima fase gli studenti hanno partecipato ad un laboratorio di Information Literacy dove, oltre ad apprendere competenze tecniche avanzate di utilizzo degli OPAC (Online Public Access Catalogue) universitari, dei più importanti motori di ricerca, e delle più importanti banche dati online (ISTAT), hanno imparato anche come valutare la qualità dei documenti e delle fonti informative sul Web.

Seconda fase – *Applicazione pratica di analisi dei documenti e delle fonti*

Nella seconda fase si sono riuniti in gruppi di due-tre persone per svolgere un compito di ricerca e selezione informativa su alcuni temi attuali molto presenti nel dibattito mediatico contemporaneo, scegliendo una fra queste domande-stimolo:

Immigrazione - Alcuni commentatori sostengono che molti immigrati siano necessari perché altrimenti tra qualche anno non ci saranno sufficienti lavoratori attivi per pagare le pensioni. Inoltre con il loro lavoro comunque ripagherebbero i loro costi di sanità, scuola, assistenza. Siete d'accordo o no?

Brain Drain Fuga dei cervelli – Molti giovani emigrano all'estero perché qui non trovano lavoro o un lavoro adeguato, sottraendo risorse importantissime al paese che ha investito molto in loro per l'istruzione e la formazione. Fanno bene ad andarsene?

La laurea vale ancora? - I giovani che investono su se stessi saranno ripagati? Molti sostengono che un tempo la laurea fosse il passe-partout per entrare velocemente nel mondo del lavoro e che ora non più. E' veramente così?

Energie fossili - E' possibile rinunciare alle fonti di energia fossile (Petrolio, Carbone e Gas) come dice Greta? Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di una riconversione delle fonti di energia? Ci sono delle rinunce da fare o il passaggio sarà indolore?

In ciascun gruppo gli studenti dovevano poi cercare online almeno due articoli, di opinioni il più possibile opposte sul tema scelto. Successivamente dovevano confrontarli all'interno del gruppo seguendo una rubrica molto dettagliata che li stimolava a mettere in campo le loro abilità di pensiero critico e di metacognizione (tab. 1). Questa parte delle attività in particolare è stata molto importante perché ha favorito lo sviluppo della loro abilità di riconoscere i propri *bias* o convinzioni preesistenti su ciascuno degli argomenti trattati. Cercare infatti intenzionalmente informazioni che vanno contro le proprie convinzioni e tentare di risolvere la dissonanza cognitiva che ne deriva, è un esercizio molto efficace in questo senso (Goodsett & Schmillen, 2022).

Tab. 1. la rubrica per la valutazione delle fonti, adattata da quella della Berkeley Library (2022).

Dimensioni	Descrizione
Autorità	Chi è l'autore? Qual è il punto di vista?
Scopo	Perché è stata creata la fonte? Ha una qualche finalità persuasiva specifica? Chi è il target?
Pubblicazione e formato	Dove è stato pubblicato? Su che media?
Rilevanza	In che modo è rilevante per il tema? È esaustivo?
Data di pubblicazione	Quando è stato scritto? È stato aggiornato?
Documentazione	Hanno citato le loro fonti? Sono affidabili?

### Terza fase – Creazione e valutazione dei meme

Nella terza fase gli studenti hanno cercato online e creato uno loro stessi uno o più meme a supporto delle opinioni espresse nei due articoli scelti. I meme sono stati poi condivisi tra tutti i partecipanti che ne hanno valutato reciprocamente l'efficacia nella loro abilità persuasiva. Anche per i meme è stata messa a punto una rubrica specifica per favorire una analisi che prenda in considerazione le otto dimensioni interpretative più importanti (tab. 2) individuate tra quelle proposte dalla letteratura di riferimento che sono: la Percettiva, la Semiotica, l'Etica, l'Interculturale, l'Originalità, l'Umoristica, l'Emotiva e la Persuasiva (Ryu et al., 2022).

Tab. 2. La rubrica per analizzare e valutare un meme attraverso otto dimensioni La rubrica è stata rielaborata ed arricchita sulla base di quella proposta da Romero & Bobkina (2021).

<b>Dimensioni di analisi del meme</b>	<b>minimo</b>	<b>medio</b>	<b>max</b>
<b>Percettiva</b>	Il testo è illeggibile o difficile da leggere. L'immagine è di scarsa qualità o sfocata	Il testo è in qualche modo leggibile e comprensibile. L'immagine è di qualità media.	Il testo è chiaro, comprensibile e visibile rispetto all'immagine. L'immagine è di alta qualità e accattivante.
<b>Semiotica</b>	Il significato inteso non è chiaro o confonde a causa di elementi poco chiari o non correlati.	Il significato inteso è chiaro ma alcuni elementi sono poco efficaci nel trasmettere il messaggio voluto.	Il significato inteso viene comunicato molto chiaramente con un uso intelligente di simboli, testo ed elementi visivi.
<b>Etica</b>	Il meme non si riferisce a norme sociali o sensibilità etiche.	Il meme accenna solo a norme sociali e sensibilità etiche.	Il meme si riferisce espressamente a norme sociali o sensibilità etiche.
<b>Interculturale</b>	Il meme si riferisce ad un solo ad un contesto culturale preciso.	Il meme è efficace in un contesto interculturale, ma potrebbe non essere universalmente compreso.	Il meme comunica efficacemente in modo interculturale, considerando diverse credenze, valori, costumi.
<b>Originalità</b>	Il meme manca di idee o prospettive originali.	Il meme introduce alcune idee o prospettive originali.	Il meme introduce idee, prospettive e rappresentazioni originali.
<b>Umoristica</b>	Il meme manca di umorismo o l'umorismo non favorisce la comprensione del messaggio.	L'umorismo migliora in qualche modo la percezione del messaggio del meme.	L'umorismo migliora significativamente la percezione del messaggio del meme e aumenta il coinvolgimento emotivo.
<b>Emotiva</b>	Il meme non riesce a evocare risposta emotiva.	Il meme evoca una moderata risposta emotiva.	Il meme evoca una forte risposta emotiva.
<b>Persuasiva</b>	Il meme non riesce a presentare un messaggio o un punto di vista persuasivo e può confondere.	Il meme è in qualche modo persuasivo ma potrebbe essere più convincente.	Il meme presenta un messaggio persuasivo efficace e di forte impatto.

La fig. 3 mostra un esempio di due meme creati dagli studenti sullo stesso tema “Brain Drain - Giovani laureati che emigrano all'estero per lavoro”, ma con intenti persuasivi e stimoli emotivi diametralmente opposti.





fig. 3. Due meme creati dagli studenti sul tema “Brain Drain” che tentano di persuadere a favore (meme a sx) o contro (meme a dx) la scelta dei giovani laureati che vogliono emigrare all’estero per lavoro.

Ogni gruppo poi ha presentato i propri meme a tutti gli altri studenti che hanno discusso ed espresso un giudizio su quelli ritenuti i migliori, secondo i criteri della rubrica. Alla fine delle attività è stato sottoposto agli studenti il questionario per verificare sia le loro percezioni sull’utilizzo didattico dei meme sia sugli effetti che una analisi de-costruttiva dei meme ha avuto sullo sviluppo dei loro processi di pensiero critico. Altri importanti dati sono stati ricavati da un’analisi della discussione testuale sul forum dedicato del Corso dedicato alla attività del laboratorio.

### 5. Le percezioni degli studenti sull’utilizzo dei meme

L’opinione degli studenti sull’esperienza del loro utilizzo durante il corso è stata complessivamente molto positiva (tab. 2): il 74% lo approva e pensa che possa anche aumentare la motivazione e l’interesse per i contenuti delle lezioni (85.7%) per la abilità dei meme di concentrare concetti rilevanti in modo sintetico (68.6%).

Tab. 2. Percezioni degli studenti sui meme come strumento didattico.

	1 per nulla	2 poco	3 abbastanza	4 molto	5 moltissimo	Mediana	Std.dev
I meme possono essere un utile supporto didattico	0%	5.7%	20%	60%	14%	2	0.74
I meme possono stimolare la motivazione ad apprendere	0%	5.7%	8.6%	37.1%	48.6%	4	0.86
I meme possono essere utilizzati dal docente per riassumere concetti rilevanti in modo sintetico	2.9%	5.7%	22.9%	45.7%	22.9%	4	0.96

La creazione di meme come modalità per migliorare specifiche competenze ha visto complessivamente un insieme di risposte molto positive (tab. 3). Una buona percentuale degli studenti

(51,4 %) ha infatti riferito che l'uso di meme ha contribuito a sviluppare molto le proprie competenze digitali e multimediali e allo sviluppo delle proprie abilità comunicative ed espressive (82.9%); va detto che questo ultimo valore è risultato il più elevato registrato nel questionario e probabilmente la modalità comunicativa multimodale per questa fascia di età è percepita come una abilità essenziale che va coltivata. Le competenze emotive/empatiche registrano un valore positivo significativamente più basso (57,1%) forse dovute agli argomenti dei temi proposti che potrebbero non essere percepiti come stimolanti dal punto di vista emozionale da tutti gli studenti. Infine le abilità di pensiero critico registrano un buon 77,2% (molto o moltissimo) che arriva al valore molto elevato di 91,5% includendo il giudizio medio (abbastanza). La deviazione standard di 0.85, suggerisce che qui le risposte sono state abbastanza omogenee rispetto a quelle relative alle competenze emotive e comunicative che registrano valori un po' più elevati di deviazione.

**Tab. 3.** Percezioni degli studenti sulle competenze acquisite creando e/ analizzando meme.

	1 per nulla	2 poco	3 abbastanza	4 molto	5 moltissimo	Mediana	Std.dev
Competenze digitali/multimediali	0%	5.7%	42.9%	37.1%	14.3%	4	0.81
Competenze comunicative/espressive	0%	8.6%	8.6%	42.9%	40%	4	0.91
Competenze emotive/empatiche	2.9%	22.9%	17.1%	40%	17.1%	4	1.12
Competenze di Critical Thinking	0%	8.6%	14.3%	54.3%	22.9%	4	0.85

Dalle discussioni in aula e dall'analisi testuale del forum dedicato sono emersi sostanzialmente pareri positivi che confermano le risposte del questionario soprattutto nelle dimensioni del:

*Comunicazione visiva e multi-modale:* i meme spesso si basano su elementi visivi, come immagini, video, simboli e sovrapposizioni di testo, per trasmettere un messaggio o suscitare una reazione. Analizzando e creando i meme, gli studenti affermano di aver sviluppato una migliore comprensione di come comunicare in modo efficace utilizzando elementi visivi e testo in modo concentrato e di grande impatto.

*Creatività, espressione:* la creazione e l'analisi dei meme ha richiesto agli studenti di pensare in modo creativo ed esprimere le proprie idee entro i limiti del formato ridotto di un meme. Questo processo li incoraggia a esplorare diversi modi di esprimere pensieri, opinioni o concetti, favorendo le loro abilità comunicative ed espressive.

*Emozionalità:* questo è stato sicuramente uno dei temi più dibattuti. Gli studenti sono infatti consapevoli del potere dei meme nello scatenare emozioni attraverso immagini emotivamente coinvolgenti e soprattutto di come la reazione ad una elevata emozionalità possa avere potenti effetti negativi sui processi cognitivi razionali (Chatterjee, 2014) (Wong, Holyoak & Priniski, 2022).

*Pensiero Critico:* il processo di creazione e de-codifica dei meme attraverso la rubrica è stato percepito come molto utile a sviluppare le proprie abilità di riflessione critica e come stimolo a mettere in discussione i propri bias o convinzioni prima di esprimere un giudizio su temi importanti

di carattere culturale, sociale o politico. In particolare è stato apprezzato l'approccio critico ai flussi informativi che è stato mediato dalla capacità di interpretare non solo i messaggi verbali, ma appunto, attraverso i meme, anche quelli visivi sempre più rilevanti nella nostra società (Hailey, Miller & Yenawine, 2015).

In aggiunta alle precedenti dimensioni già indagate anche nel questionario molti studenti hanno fatto riferimento anche alle abilità di comprensione culturale ed interculturale e al fatto che i meme contribuiscono a creare un clima stimolante e rilassato in aula.

*Comprensione culturale, interculturale e contestuale:* i meme sono legati a specifici riferimenti culturali, eventi recenti o mode. Interagendo con i meme, gli studenti hanno sviluppato una comprensione più profonda degli elementi culturali trattati che può migliorare le loro abilità relazionali ed empatiche.

*Umore e clima più rilassato in aula:* utilizzando i meme nel Corso gli studenti si sono divertiti e si sono sentiti più motivati e portati ad una maggiore partecipazione. La maggior parte dei meme sono infatti caratterizzati per il loro tono umoristico/satirico. Diversi studi suggeriscono che l'umorismo può migliorare i processi di apprendimento aumentando il coinvolgimento e la motivazione degli studenti (Byosiere et al., 2021) riducendo al contempo il livello di stress che influisce sui processi cognitivi e attentivi (Badli & Dzulkifli, 2019).

## 6. Conclusioni

La ricerca esplorativa presentata in questo articolo ha voluto sperimentare un modello laboratoriale innovativo che utilizza i meme come strumento didattico ed educativo in un contesto importante come quello dell'Information Media Literacy e del pensiero critico applicato a temi attuali e molto dibattuti nei Social. Per supportare questo processo è stata messa a punto una specifica rubrica di analisi dei meme, articolata in più dimensioni, che gli studenti hanno utilizzato efficacemente durante il laboratorio sia come strumento di analisi che come supporto per la loro creazione. Gli studenti hanno evidenziato come questa rubrica li abbia aiutati a de-costruire e costruire i meme in modo consapevole e critico evidenziando le strategie di persuasione e le varie dimensioni su cui si gioca la loro efficacia attraverso la comunicazione visiva/testuale. In questo senso l'uso dei meme può quindi essere considerato sia come elemento di *processo* che di *prodotto*:

-come processo, perché la riflessione metacognitiva che avviene durante la de-codifica è risultata funzionale allo sviluppo delle loro competenze di pensiero critico;

-come prodotto perché la creazione di meme ha permesso loro di agire in modo attivo, non solo come fruitori passivi ma anche come creatori di complessi artefatti multi-modali che possono essere condivisi on-line arricchendo così la comunicazione testuale.

Dalle risposte al questionario e dall'analisi delle discussioni sul Forum online emerge come il livello di gradimento complessivo sull'utilizzo dei meme è molto elevato, sia per quanto riguarda l'obiettivo specifico del laboratorio, cioè lo sviluppo delle abilità di Critical Thinking, che sul potenziale utilizzo dei meme nei contesti didattici in generale. Il motivo di questa preferenza degli studenti sembra risiedere soprattutto nella capacità dei meme di stimolare la motivazione e l'interesse verso i contenuti delle lezioni rendendo più rilassato e divertente il clima in aula, così come la capacità di condensare concetti rilevanti in modo conciso e coinvolgente. Auspichiamo ulteriori ricerche sul campo per confermare i risultati ottenuti e soprattutto per invitare insegnanti e gli educatori a

sperimentare i meme creando un ambiente di apprendimento coinvolgente e costruttivo facendo sì che gli studenti non siano però solo dei fruitori critici, ma anche dei creatori e possano così partecipare attivamente alla dialettica nei Social utilizzando in modo consapevole ed etico la potenza comunicativa di questo strumento.

### **Limitazioni della ricerca**

La ricerca ha avuto delle limitazioni oggettive dovute ad esempio al numero di partecipanti che, se pur adeguato per una analisi quantitativa, è comunque limitato sia ad un contesto didattico specifico che ad una fascia di età, quella dei giovani adulti studenti universitari. È importante notare inoltre che prima della sperimentazione non sono stati rilevati gli stili di apprendimento degli studenti, che possono aver influito notevolmente nelle risposte del questionario sui meme: per esempio riguardo le loro preferenze sul visivo/verbale e sul visivo/iconografico. Questo aspetto sarà preso in considerazione in una ricerca successiva.

### **Riferimenti bibliografici:**

- Acosta-Gonzaga, E., & Ramirez-Arellano, A. (2021). The influence of motivation, emotions, cognition, and metacognition on students' learning performance: A comparative study in higher education in blended and traditional contexts. *Sage Open*, 11(2).
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236.
- Badli, T. S., & Dzulkipli, M. A. (2013). The effect of humour and mood on memory recall. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 97, 252-257.
- Byosiere, S. E., Blackwell, C. E., Gordon, M., & Ventura, B. (2021). MEME: Motivating Engagement using Meme Examples. *Journal of interactive technology and pedagogy*.
- Carlsson, U. (2019). Media and Information Literacy: field of knowledge, concepts and history. Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the *Digital Age: a question of democracy*, 37-55.
- Chatterjee, A., & Vartanian, O. (2014). Neuroaesthetics. *Trends in cognitive sciences*, 18(7), 370-375.
- Corner, A., Whitmarsh, L., & Xenias, D. (2012). Uncertainty, scepticism and attitudes towards climate change: biased assimilation and attitude polarisation. *Climatic Change*, 114(3-4), 463-478.
- De Cock Buning, M. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation. *Publications Office of the European Union*.
- Efklides, A., Schwartz, B. L., & Brown, V. (2018). Motivation and affect in self-regulated learning: Does metacognition play a role? In D. H. Schunk & J. A. Greene (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 64–82). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Ennis, R. (2018). Critical thinking across the curriculum. *Topoi*, 37(1), 165–184.
- European Commission, DG Communications Networks Content and Technology (2023) Guidelines pursuant to Article 33a(3) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' reports concerning measures for the promotion and development of media literacy skills. *Official Journal of the European Union*.

- Goodsett, M., & Schmillen, H. (2022). Fostering Critical Thinking in First-Year Students through Information Literacy Instruction. *College & Research Libraries*, 83(1), 91.
- Hailey, D., Miller, A., & Yenawine, P. (2015). Understanding visual literacy: The visual thinking strategies approach. *Essentials of teaching and integrating visual and media literacy: Visualizing learning*, 49-73.
- Hakoköngäs, E., Halmesvaara, O., & Sakki, I. (2020). Persuasion through bitter humor: Multimodal discourse analysis of rhetoric in internet memes of two far-right groups in Finland. *Social Media+ Society*, 6(2).
- Hecker, R. (2020). Are you serious it is just a joke?: The influence of Internet memes on the perception and interpretation of online communication in social media *Bachelor's thesis, University of Twente*.
- Johann, M., Höhnle, L., & Dombrowski, J. (2023). Fridays for Future and Mondays for Memes: How Climate Crisis Memes Mobilize Social Media Users. *Media and Communication*, 11(3).
- Kuhn, D. (2019). Critical thinking as discourse. *Human Development* 62, no. 3, 146-164.
- Lau, J., & Grizzle, A. (2020). Media and information literacy: Intersection and evolution, a brief history. *Informed societies*, 89-109.
- Lin, M., Preston, A., Kharrufa, A., & Kong, Z. (2016). Making L2 learners' reasoning skills visible: The potential of computer supported collaborative learning environments. *Thinking Skills and Creativity*, 22, 303-322.
- Maccario, D. (1999), *Educare Al Senso Critico: Strategie Per La Didattica*. Utet Libreria.
- Mishkin, M., Ungerleider, L. G., & Macko, K. A. (1983). Object vision and spatial vision: Two cortical pathways. *Trends in Neurosciences*, 6, 414-417.
- Osaka, M., Yaoi, K., Minamoto, T., & Osaka, N. (2013). When do negative and positive emotions modulate working memory performance?. *Scientific reports*, 3(1), 1375.
- Papaleontiou-Louca, E. (2008). *Metacognition and Theory of Mind*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Paul, R., & Elder, L. (2005). A guide for educators to critical thinking competency standards. Retrieved from [http://www.criticalthinking.org/files/SAM\\_Comp%20Stand\\_07opt.pdf](http://www.criticalthinking.org/files/SAM_Comp%20Stand_07opt.pdf)
- Pennycook, G., and Rand, D.G. (2019) Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition* 188 : 39-50.
- Pham, M. T. (2007). Emotion and rationality: A critical review and interpretation of empirical evidence. *Review of general psychology*, 11(2), 155-178.
- Reed, S. L., & Stavreva, K. (2006). Layering knowledge: Information literacy as critical thinking in the literature classroom. *Pedagogy*, 6(3), 435–452.
- Romero, E. D., & Bobkina, J. (2021). Exploring critical and visual literacy needs in digital learning environments: The use of memes in the EFL/ESL university classroom. *Thinking Skills and Creativity*, 40, 100783.
- Ryu, J., Kim, Y. A., Eum, S., Park, S., Chun, S., & Yang, S. (2022). The assessment of memes as digital multimodal composition in L2 classrooms. *Journal of Second Language Writing*, 57, 100914.
- Saputra, M. D., Joyoatmojo, S., Wardani, D. K., & Sangka, K. B. (2019). Developing critical-thinking skills through the collaboration of jigsaw model with problem-based learning model. *International Journal of Instruction*, 12(1), 1077-1094.



- Skurka, C., Niederdeppe, J., & Nabi, R. (2019). Kimmel on climate: Disentangling the emotional ingredients of a satirical monologue. *Science Communication*, 41(4), 394-421.
- Sparkes-Vian, C. (2019). Digital propaganda: The tyranny of ignorance. *Critical sociology*, 45(3), 393-409.
- Teo, P. (2019). Teaching for the 21st century: A case for dialogic pedagogy. *Learning, Culture and Social Interaction*, 21, 170-178.
- UNESCO (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. Paris: UNESCO. Authors: Wilson, C., A. Grizzle, R.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- VUORIKARI Rina, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens-With new examples of knowledge, skills and attitudes (No. JRC128415). *Joint Research Centre* (Seville site).
- Yoon I. (2016). Why is it not just a joke? Analysis of Internet memes associated with racism and hidden ideology of colorblindness. *Journal of Cultural Research in Art Education*, 33, 92–123.
- Wong, E., Holyoak, K., & Priniski, H. (2022). Cognitive and emotional impact of politically-polarized internet memes about climate change. In *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society* (Vol. 44, No. 44).
- Zhang, B., & Pinto, J. (2021). Changing the world one meme at a time: The effects of climate change memes on civic engagement intentions. *Environmental Communication*, 15(6), 749–764.
- Zimmerman, B. J. (2008). Investigating self-regulation and motivation: Historical background, methodological developments, and future prospects. *American educational research journal*, 45(1), 166-183.
- Zhou, M., & Lam, K. K. L. (2019). Metacognitive scaffolding for online information search in K-12 and higher education settings: a systematic review. *Educational technology research and development*, 67(6), 1353-1384.